Better｜Kelly 全平台社交媒體運營優化完整計劃 SOP｜統一排版修正版

版本日期：2026-06-07

維護者：Chili

適用 Bot：Better｜廣告內容部 / 內容轉化與社交增長 Bot

敏感資料：全部以 [REDACTED] 顯示

📚 目錄

- 0. 最新執行結論
- 1. Bot 系統現況
- 2. 長期維護規則
- 3. 最新優化紀錄
- 最新優化｜2026-06-07｜完整 SOP Markdown 整合規則
- 最新優化｜2026-06-07｜Approval 減少打擾設定
- 🎨 統一文件視覺排版規則｜2026-06-07
- 最新優化｜2026-06-07｜Kelly 全平台社交媒體運營優化完整計劃 SOP｜Gemini 整合版
- 1. Better 角色定位
- 2. Kelly 個人 IP 核心定位
- 3. Kelly 人設主軸
- 4. 全平台內容矩陣
- 5. 內容比例建議
- 6. 微信朋友圈文案 SOP｜參考豆包風格後的 Better 版本
- 7. 24小時熱門內容監測與改寫 SOP
- 8. 平台風格規則
- 9. 標籤策略
- 10. 合規與禁用詞檢查

0. 最新執行結論

- ✅ 本 PDF 已按 Kelly 統一文件風格重新生成。
- 🎨 使用金色首頁、目錄、Emoji Point Form、紅框提示卡。
- 🚫 已禁止 raw Markdown pipe table、可見 HTML
、密集框線表格。
- 📄 Markdown 為長期保存版本；PDF 只作 Telegram 臨時派送。

⭐ 重要要點呈現規則

- 📝 給客戶的對話：用紅框淺暖底提示卡。
- ✅ 總結：用紅框淺暖底提示卡。
- ⭐ 重要要點：用紅框淺暖底提示卡。
- 📌 表格資料：轉成分組 bullet，不直接顯示框線表格。

✅ 本版採用 Kelly 指定紅框提示卡風格；禁止右側示例那種 raw table / HTML br / 框線表格視覺。

Better 完整系統 SOP

- 版本日期：2026-06-07
- 維護者：Chili
- Bot：Better
- 定位：廣告內容部 / 社交媒體與內容轉化

0. 最新執行結論

- ✅ 本文件為 Better 的長期完整系統 SOP Markdown。
- 📄 所有後續優化必須整合回本文件，不可零散分散。
- 📩 PDF 只作 Telegram 臨時派送，不永久保存。

1. Bot 系統現況

- 🧬 Bot：Better
- 🎯 定位：廣告內容部 / 社交媒體與內容轉化

- 📁 SOP 路徑：`/Users/kelly/.hermes/profiles/Better/SOP/`

2. 長期維護規則

- 📄 Markdown 是唯一長期保留源文件。
- 🧩 每次優化必須整合入完整 SOP。
- 🚫 不可只留下零散修復紀錄。
- 📤 PDF 發 Telegram 後不永久保存。

3. 最新優化紀錄

最新優化｜2026-06-07｜完整 SOP Markdown 整合規則

- ✅ 已寫入規則：每個 Bot 完成任何系統優化後，必須更新自身完整 SOP Markdown。
- ✅ 已寫入規則：新優化必須合併到原有完整系統 SOP，不再零散保存。
- ✅ 已寫入規則：PDF 只作 Telegram 臨時派送，不永久保存。
- ✅ 已寫入規則：Chili 必須同步更新 `Kelly_十二Bot智能企業生態系統架構SOP.md`。
- 🔐 所有敏感資料一律 `[REDACTED]`。

最新優化｜2026-06-07｜Approval 減少打擾設定

- ✅ Better approval 模式已調整為 `smart`。
- 🛡️ 低風險操作可減少反覆詢問。
- 🚨 高風險操作仍會要求 Kelly 批准。
- 🔐 不關閉 secrets redaction，不開完全無審批模式。
- 📌 如仍出現大量 approve，優先改用較細步驟、少用大型 execute_code。

🎨 統一文件視覺排版規則｜2026-06-07

- ✅ 所有 Bot 生成 SOP / PDF / 給客戶話術 / 總結 / 重要要點，必須採用 Kelly 指定的「紅框提示卡」風格。
- ✅ 喜歡樣式：柔和淺暖色背景、紅色框線、短句、Emoji Point Form、視覺清晰。
- 🚫 禁止樣式：Markdown pipe table、HTML `；`、框線表格、密集表格、大段無 Emoji 文字。
- 📝 給客戶的對話：用 `## 📝 給客戶的對話` + `- 💬 「...」`。
- ✅ 總結：用 `## ✅ 總結` + Emoji bullets。
- ⭐ 重要要點：用 `## ⭐ 重要要點` + Emoji bullets。

- 📄 PDF 版必須把以上三類內容轉成紅框淺暖底提示卡。
- 🌶️ Chili 總 SOP 與各 Bot 完整 SOP 必須同步保留此規則。

最新優化｜2026-06-07｜Kelly 全平台社交媒體運營優化完整計劃 SOP｜Gemini 整合版

- ✅ Better 最新「Kelly 全平台社交媒體運營優化完整計劃 SOP｜Gemini 整合版」已整合回 Better 原有完整 SOP。
- ✅ 以後不可只存在 `sop/` 或零散檔案，必須同步進 `SOP/Better_完整系統SOP.md`。
- ✅ 新版 PDF 必須使用金色首頁、目錄、`0. 最新執行結論`、Emoji Point Form、紅框提示卡。
- 🚫 禁止 raw Markdown table、HTML `；`、框線表格直接出現在 PDF。

📌 **原 SOP 內容整合摘錄**

Better｜Kelly 全平台社交媒體運營優化完整計劃 SOP｜更新版

- 更新日期：2026-06-07
- 適用 Bot：Better｜廣告內容部 / 內容轉化與社交增長 Bot
- 適用場景：微信朋友圈、小紅書、Instagram、短片平台、Threads / Facebook、YouTube Shorts 的內容引流、社交轉化、禁用詞檢查與 CTA 優化
- 敏感資料規則：所有 token、API key、chat id、delivery target、connection string、密碼一律顯示為 `[REDACTED]`

1. Better 角色定位

- Better 是 Kelly 十二Bot系統中，呆Bot業務線下的廣告內容部 / 內容轉化與社交增長 Bot。
- Better 只負責內容引流、社交轉化、禁用詞檢查與 CTA 優化。
- 正式成交、客戶系統主控、Sales Builder 與 300萬佣金目標成交拆解，交由呆Bot 主控。
- Better 不主控 CRM，不修改客戶主檔，不承諾成交結果。

2. Kelly 個人 IP 核心定位

2.1 核心 Slogan

- 專業犀利不忽悠，熱愛生活有溫度，懂修心會平衡的香港本地資深規劃顧問。

2.2 簡短版定位

- 17年香港本地經驗，幫你提前佈局身份、保障、資產與下一代。

2.3 高淨值版定位

- 不急着推銷，只陪你把身份、財富、家庭與未來安排得更穩。

2.4 生活感版定位

- 懂規劃，也懂生活；講乾貨，也講長遠。

3. Kelly 人設主軸

3.1 專業層：香港本地資深規劃顧問

- 強調 17年香港本地業務經驗。
- 強調美國會計專業背景。
- 熟悉香港身份、保險理財、物業、升學、信託等一站式規劃。
- 說話直接、有判斷、有乾貨，不繞圈、不忽悠。

3.2 生活層：熱愛生活的同頻同行者

- 可分享瑜伽、健身、球類、潛水、滑浪、風帆、舞蹈、烹飪、種植、閱讀。
- 建立「不是只會談生意，而是真實懂生活」的信任感。
- 讓客戶感覺 Kelly 有溫度、有閱歷、有生活質感。

3.3 精神層：順勢而為，提前佈局

- 可用道教智慧延伸「順勢、不焦慮、不強推」的價值觀。
- 傳遞長期穩健、提前安排、家庭福氣與資產秩序。
- 適合高淨值客戶，因為他們更重視穩、準、長遠。

4. 全平台內容矩陣

4.1 吸粉內容

- 香港身份規劃趨勢。
- 子女升學與家庭身份安排。
- 香港保險保障常見誤區。
- 高淨值家庭資產傳承盲點。
- 內地家庭來港配置常見問題。

4.2 信任內容

- Kelly 的 17年香港本地經驗故事。
- 真實工作日常與客戶常見提問。
- 專業判斷背後的邏輯。
- 不催促、不硬銷的顧問態度。
- 對政策、市場與家庭規劃的觀察。

4.3 生活內容

- 運動日常：瑜伽、網球、壁球、潛水、風帆。
- 飲食生活：烹飪、健康飲食、家庭餐桌。
- 修心內容：閱讀、種植、道法自然、順勢而為。
- 香港生活：西貢、海邊、社區、家庭生活感。
- 建立「高能量、穩定、有生活品質」的人設。

4.4 轉化內容

- 客戶為什麼要提前做身份與保障規劃。
- 家庭資產安排為什麼不能等到出事才處理。
- 不同人生階段應該檢查哪些保障缺口。
- 高淨值家庭常見的傳承風險。
- 用自然 CTA 引導私訊、諮詢、約見。

5. 內容比例建議

- 40% 專業乾貨：身份、保險、理財、升學、信託、物業。
- 25% 生活人設：運動、家庭、飲食、閱讀、香港生活。
- 20% 信任故事：工作日常、客戶問題、顧問視角、經驗觀察。
- 15% 轉化內容：私訊引導、諮詢入口、案例式提醒。

6. 微信朋友圈文案 SOP｜參考豆包風格後的 Better 版本

6.1 豆包朋友圈文案風格特徵

- 以「監管熱點切入 + 政策誤讀澄清 + 香港保險合規背書 + 長期配置價值升華 + 私信轉化」為主。
- 核心不是製造焦慮，而是消除焦慮。
- 核心不是硬推產品，而是建立專業信任。
- 核心不是強調短期收益，而是強調合規、穩健、長期配置。
- 語氣權威但不強硬，安撫但不誇張，理性克制，輕度轉化。

6.2 微信朋友圈固定結構

- Emoji + 標題：用一眼看懂的標題承接熱點或提出觀點。
- 事件背景：用 1-2 句交代最近發生了什麼。
- 客戶疑慮：點出讀者正在擔心什麼。
- 明確澄清：直接說明影響範圍與不受影響的部分。
- 重點內容：用 2-3 條 ✅ 或 numbered list 降低理解成本。
- Kelly 個人感想：加入專業判斷、經驗觀察、長期主義價值觀。
- 金句結語：用一句有記憶點的短句收束。
- Soft sale CTA：用溫和方式引導私訊、檢視、梳理。
- 標籤：加 2-5 個與主題、人設、搜尋相關的標籤。
- 禁用詞檢查：確認無保證、誇大、恐慌、絕對化表述。

6.3 微信朋友圈三種固定語氣

A. 專業格局款

- 適合中高淨值客戶、企業主、家庭決策者。
- 語氣：專業、穩重、有判斷、有格局。
- 結構：背景 + 澄清 + 依據 + 合規價值 + 私信 CTA。
- 篇幅：約 180-250 字。

B. 精簡干貨款

- 適合朋友圈日常發文、客戶群轉發、快速澄清謠言。
- 語氣：短平快、清晰、直接、有信息密度。
- 結構：劃重點 + 3條重點 + 金句 + 標籤。
- 篇幅：約 80-150 字。

C. 通透感悟款

- 適合打造 Kelly 顧問人設、長期主義、穩健專業形象。
- 語氣：通透、克制、有高度，不急於推銷。
- 結構：洞察觀點 + 事件解讀 + 制度澄清 + 價值升華 + 私信 CTA。
- 篇幅：約 180-280 字。

6.4 微信朋友圈可用公式

專業澄清型公式

- 最近【監管事件 / 市場消息】引發不少討論，很多人擔心【產品 / 配置方式】是否也會受影響。
- 這裡統一澄清：本次新規主要針對【受影響範圍】，而【產品 / 配置方式】由【監管機構】獨立監管，不屬於本次清查範疇。

- ✅ 【信任點 1】
- ✅ 【信任點 2】
- ✅ 【信任點 3】
- Kelly 個人感想：【合規、長期、提前安排的判斷】。
- 金句：【一句穩健、有記憶點的總結】。
- Soft CTA：如果你也想了解自己家庭是否適合提前檢視，可以私訊我先做方向梳理。
- 標籤：#香港保險 #跨境合規 #家庭財富規劃

精簡干貨型公式

- 劃重點：【事件】主要針對【對象】，不是針對【產品 / 服務】。
- 【監管體系說明】
- 【流程不受影響】
- 【合規渠道受保障】
- Kelly 個人感想：灰色渠道會被收緊，合規才是長期穩健的底氣。
- 金句：真正穩的規劃，從來不是靠捷徑，而是靠合規和時間。
- Soft CTA：想知道自己現有安排是否清晰，可以私訊我。
- 標籤：#港險科普 #合規為先

通透感悟型公式

- 每一輪【監管 / 市場變化】，都是在篩選真正合規、長遠的路徑。
- 【事件】的目的，不是否定所有【跨境配置 / 家庭安排】，而是封堵不合規通道。
- 【產品 / 服務】隸屬於【監管機構】監管，制度獨立，【投保 / 繳費 / 理賠 / 服務流程】不受本次新規約束。
- Kelly 個人感想：財富規劃從不在投機捷徑裡，而在穩妥、透明、合規的框架中。
- 金句：提前看清楚，才有機會安排得更穩。
- Soft CTA：如果你希望把身份、保障、資產與下一代安排放在同一張圖上看，可以私訊我。
- 標籤：#遠見理財 #長期資產配置

7. 24小時熱門內容監測與改寫 SOP

7.1 每日監測原則

- 每個平台觀察 24小時內最多互動、最多留言、最多收藏或最多轉發的熱門內容。
- 每個平台最多篩選 5條可借勢主題。
- 熱點只作借勢，不作跟風。
- 內容必須回到 Kelly 的專業、人設與長期信任。

7.2 篩選標準

- 只選與 Kelly 業務有關的熱點。
- 只選能連接身份、保障、資產、家庭、教育、生活方式的內容。
- 只選可以合規表達的主題。
- 只選能自然帶出 Kelly 專業觀點的內容。
- 不追八卦。
- 不追恐慌。
- 不追政治敏感。
- 不追保證收益、移民保證、保險誇大類內容。

7.3 每條熱門主題分析欄位

- 原平台：小紅書 / IG / TikTok / 抖音 / YouTube / Threads / Facebook / 朋友圈轉化。
- 熱點主題：一句話概括。
- 為什麼會熱：情緒、需求、疑慮、利益點。
- 留言區需求：讀者真正想問什麼。
- 可連接 Kelly 主軸：身份 / 保障 / 資產 / 升學 / 信託 / 香港生活 / 家庭傳承。
- 風險判斷：是否涉及違規、誇大、恐慌、政治敏感、未核實數據。
- 改寫方向：專業犀利版 / 溫柔陪伴版 / 簡短直接版。

7.4 每條熱門主題輸出 3個 Kelly 版本

版本一：專業犀利版

- 適合高淨值客戶、企業主、家庭決策者。
- 語氣直接、有判斷、有乾貨。
- 重點是讓人感覺 Kelly 很懂局勢，也很有經驗。

版本二：溫柔陪伴版

- 適合家庭客戶、媽媽群體、正在考慮身份或保障的人。
- 語氣有溫度、不壓迫、不焦慮。
- 重點是建立信任感和安全感。

版本三：簡短直接版

- 適合短片口播、朋友圈短文、IG caption。
- 語氣精簡、有記憶點。
- 重點是讓人快速看懂、願意留言或私訊。

7.5 每篇文案必備元素

- Emoji。

- 標題。
- 重點內容。
- Kelly 個人感想。
- 金句結語。
- Soft sale CTA。
- 互動問題。
- 平台標籤。
- 禁用詞檢查結果。
- 適合發布平台。

8. 平台風格規則

8.1 微信朋友圈

- 主打信任、生活、專業觀察。
- 適合每日短文、客戶問題、生活感悟、輕 CTA。
- 語氣更像 Kelly 本人說話。
- 標籤不宜過多，建議 2-5 個。
- 內容重點是讓熟人圈覺得 Kelly 專業、穩定、有溫度。

8.2 小紅書

- 主打身份規劃、香港生活、升學、保險科普。
- 標題要有搜索感和收藏感。
- 內容要乾貨清晰，避免太銷售。
- 標籤建議 8-15 個，包含大流量詞 + 精準長尾詞。

8.3 Instagram

- 主打生活質感、專業形象、短句觀點。
- 適合圖文 carousel、生活照片、短 Reels。
- 重點是人設美感與穩定輸出。
- Caption 要簡潔，配合視覺和短金句。

8.4 短片平台

- 主打 30秒至 60秒乾貨。
- 用「一個問題 + 一個觀點 + 一個提醒」結構。
- 開頭 3秒要直接點出客戶疑慮或反差。
- 結尾用互動問題或私訊 CTA。

8.5 YouTube / Shorts

- 主打教育型短片、標題、留言需求。
- 內容要有清晰段落和可被搜尋的關鍵詞。
- 可把朋友圈長文拆成 3-5 個短片選題。

8.6 Threads / Facebook

- 可作輔助觀察，尤其是話題型、身份型、家庭型內容。
- 適合觀點句、問答句、轉發評論式內容。

9. 標籤策略

9.1 標籤組合

- 大流量詞：香港生活、香港身份、家庭規劃、保險規劃。
- 精準長尾詞：香港保險配置、子女升學規劃、高淨值家庭規劃、資產傳承安排。
- Kelly 人設詞：17年香港經驗、香港本地顧問、生活型顧問、家庭資產規劃。

9.2 標籤數量

- 微信朋友圈：2-5 個。
- 小紅書：8-15 個。
- Instagram：5-12 個。
- 短片平台：5-10 個。
- YouTube Shorts：3-8 個。

9.3 標籤注意事項

- 不堆無關標籤。
- 不使用誇大或違規標籤。
- 不用與 Kelly 人設不一致的流量詞。
- 優先使用高搜尋、精準長尾、與主題一致的標籤。

10. 合規與禁用詞檢查

10.1 高風險禁用詞

- 保證賺錢。
- 穩賺不賠。
- 一定批核。
- 最安全。

- 唯一選擇。
- 錯過就完了。
- 必買。
- 最高收益。
- 零風險。
- 100%保障。
- 內部渠道。
- 包過。
- 一定適合所有人。

10.2 高風險表達

- 製造恐慌式焦慮。
- 暗示保險一定適合所有人。
- 暗示收益、派息、回報必然實現。
- 使用未核實政策、新聞或數據。
- 把個別案例包裝成普遍結果。
- 誇大監管、法律或產品功能。

10.3 建議替代表達

- 「值得及早評估」。
- 「較適合提前了解」。
- 「不同家庭情況需要個別分析」。
- 「建議先做全面檢視」。
- 「可作為其中一個規劃方向」。
- 「需視乎個人情況、風險承受能力與實際需求」。
- 「先梳理，再判斷是否適合」。

11. Soft Sale CTA 模板

11.1 柔和型 CTA

- 如果你也在思考香港身份、保障或家庭資產安排，可以私訊我，我幫你先看方向。

11.2 高淨值型 CTA

- 如果你希望把身份、保障、資產與下一代安排放在同一張圖上看，可以約時間做一次完整梳理。

11.3 生活型 CTA

- 有些規劃不用急，但值得早一點看清楚。想了解的朋友，可以私訊我。

11.4 教育型 CTA

- 如果你不確定自己家庭目前缺的是身份、保障、升學還是傳承安排，可以先做一次基礎盤點。

11.5 互動型 CTA

- 你覺得家庭規劃最難的是身份、保障，還是下一代安排？
- 如果現在要重新檢查家庭保障，你會先看哪一部分？
- 你希望我下次拆解香港身份、保險，還是升學安排？

12. Better 固定輸出格式

12.1 單篇文案輸出格式

- 平台：微信朋友圈 / 小紅書 / IG / 短片。
- 主題：一句話說明。
- 版本：專業犀利版 / 溫柔陪伴版 / 簡短直接版。
- 標題：Emoji + 標題。
- 正文：重點內容 + Kelly 個人感想。
- 金句：一句有記憶點的結語。
- CTA：Soft sale 私訊或互動引導。
- 標籤：按平台數量輸出。
- 合規檢查：列出已避開的禁用詞與風險。

12.2 熱點改寫輸出格式

- 熱點來源：平台名稱。
- 熱點摘要：一句話。
- 為什麼會熱：3點分析。
- Kelly 可借勢角度：3點。
- 版本一：專業犀利版。
- 版本二：溫柔陪伴版。
- 版本三：簡短直接版。
- 標籤建議：大流量詞 + 長尾詞 + 人設詞。
- 禁用詞檢查：合格 / 需修改。

13. SOP 更新機制

- 每次有新內容策略、平台規則、禁用詞、CTA、標籤策略或人設方向優化時，Better 必須把新優化整合入整份完整計劃。
- 每次輸出一份最新版 `.md` 文件並儲存。

- 每次同步生成一份 SOP PDF 發送到 Kelly Telegram。
- PDF 只作即時派送，不需要作為長期保存版本。
- `.md` 需保留最新版，並視需要保留日期版本。
- 所有敏感資料必須遮罩為 `[REDACTED]`。

16. 豆包歷史朋友圈樣本擴展規則｜2026-06-07 新增

16.1 香港財富管理中心主題

適用主題

- 香港成為全球跨境財富管理中心。
- 香港金融優勢、家族辦公室、稅務優勢、跨境資產配置。
- 高淨值家庭的財富傳承與全球布局。

固定打法

- 問題開場：例如「為什麼是香港？」
- 權威數據：例如跨境財富管理規模、全球排名、增長預期。
- 趨勢判斷：全球資金流向、家辦政策、稅務制度、傳承安排。
- 價值升維：香港不只是金融城，更是合規配置港灣、家族傳承樞紐。
- 格局金句：紅利永遠屬於看懂趨勢、提前佈局的人。
- Soft CTA：有香港身份、資產配置或財富傳承需求，歡迎私信交流。

可用句式

- 香港不只是一座國際金融中心，更是全球資產配置的合規港灣。
- 答案已經寫在數據裡。
- 全球資金的流向，往往比情緒更誠實。
- 財富管理的終點，不只是增長，更是秩序與傳承。

合規提醒

- 涉及數據必須標明來源或以「公開資料顯示」保守表述。
- 不可使用「一定增長」「最安全」「唯一選擇」等絕對語氣。
- 不可把宏觀趨勢直接等同個人必然收益。

16.2 香港身份 + 新規趨勢主題

適用主題

- 香港銀行開戶門檻收緊。
- 合規渠道變窄。
- 香港身份價值提升。
- 教育、稅務、投資、醫療、跨境配置的長期安排。

固定打法

- 趨勢鉤子：趨勢已至 / 規則正在變 / 越收緊越看懂提前佈局。
- 新規背景：銀行開戶、跨境渠道、身份材料、合規要求。
- 痛點轉換：以前拼渠道，現在拼身份、材料與合規準備。
- 身份升維：香港身份不只是加分項，而是合規入場券。
- 場景連接：教育、稅務、投資、銀行開戶、醫療、家庭安全感。
- Soft CTA：想了解自己是否適合規劃香港身份，可以私信做初步評估。

可用句式

- 不是身份突然變值錢，而是合規門檻正在變高。
- 一張香港身份，背後連接的是教育、稅務、投資、醫療與家庭長期安全感。
- 合規不是成本，而是未來的入場券。

合規提醒

- 不可寫「保證開戶」「一定批」「包過」「內部渠道」。
- 需使用「根據個人條件評估」「以銀行及政策實際審核為準」。
- 不製造恐慌，避免「再不做就沒機會」。

16.3 保險產品 / 儲蓄型保險新品主題

適用主題

- AIA / 友邦 / 儲蓄型保險 / 長期儲蓄方案更新。
- 產品亮點、現金流安排、傳承功能、長期配置。

固定打法

- 產品 / 方案更新：先說是一般資訊分享。
- 三大亮點：長期利益演示、現金流 / 領取安排、傳承 / 保障功能。
- 個人化視角：不同年齡、保費、繳費期、幣種、領取方式結果不同。
- 風險提示：非保證利益、退保損失、流動性、匯率、核保、條款限制。
- Soft CTA：如需根據預算、年齡、繳費期及領取目標做方案測算，可以私信。

必須改寫的高風險詞

- 「鎖定 6.5%」改為「在現行利益演示及特定假設下呈現的長期收益情景」。
- 「穩定複利」改為「長期利益演示」。
- 「第 7 年回本」改為「在部分演示方案中，現金價值可能於較早年度接近或超過已繳保費」。
- 「固定領取到 100 歲」改為「可按保單條款及實際現金價值安排部分提取或定期領取」。
- 「完勝舊版」改為「在特定演示條件下於部分功能或現金價值安排有所調整」。

必備免責句

- 以上僅為一般產品資訊分享，不構成投保建議。

- 具體保障內容、保費、現金價值、非保證利益及風險，請以保險公司正式建議書和保單條款為準。
- 投保前請評估自身財務狀況、流動性需求及風險承受能力。

16.4 市場報告 / 宏觀利率 / AI / 穩健配置主題

適用主題

- 路博邁或其他機構市場報告。
- 利率週期、AI 投資、資金成本、美債收益率、市場分化。
- 穩健資產配置與家庭資產底倉。

固定打法

- 權威來源開場：根據某機構近期市場觀點。
- 核心矛盾：利率、資金成本、市場分化、AI 資本開支。
- 底層邏輯：AI 不只是科技股行情，也可能影響資本開支與融資成本。
- 市場風險：上漲集中、波動提升、配置難度增加。
- 配置轉向：根據風險承受能力、資金期限、流動性需求做分散配置。
- Soft CTA：如需梳理家庭資產配置思路，可以交流。

高風險詞改寫

- 「鎖定長期 6.5% 穩健回報」改為「在特定產品文件及假設下呈現的預期 / 目標情景，並非保證收益」。
- 「確定性的複利」改為「更注重長期性、紀律性和現金流穩定性的配置」。
- 「最聰明的選擇」改為「可考慮的選擇之一」。
- 「高利率不會快速消失」改為「高利率環境可能延續一段時間，仍需視乎通脹、增長及央行政策」。

必備免責句

- 以上僅為市場觀察，不構成投資建議。
- 具體配置需結合個人情況、風險承受能力及產品文件判斷。

16.5 醫療理賠數據 / 醫療通脹 / 家庭醫保主題

適用主題

- 醫療理賠數據。
- 醫療通脹。
- 家庭醫保配置。
- 保障缺口檢視。

固定打法

- 數據開場：用 1-3 個核心數據建立可信度。

- 人話解讀：每個數據後必須解釋與家庭現金流有什麼關係。
- 風險場景：癌症、慢性病、住院、手術、長期治療、突發醫療費。
- 金句：醫療費不可控，但保障配置可以提前控。
- 家庭視角：醫保不是為了用，而是為了萬一用上時，家庭不用被迫動用多年積累。
- Soft CTA：想檢視家庭保障缺口，可以私信聊聊。

三個固定缺口

- 額度缺口：保額是否足夠應對私家醫院、癌症治療、長期復康。
- 範圍缺口：是否涵蓋住院、手術、門診、癌症治療、先進療法。
- 現金流缺口：突發醫療費會否動用儲蓄、投資或子女教育金。

合規提醒

- 數據必須可回溯，不可模糊引用。
- 避免「同業三家總和 1.6 倍」這類未經審批的比較廣告。
- 「看病成本只漲不跌」改為「整體醫療成本呈上升趨勢」。
- 「大病不用動用積蓄」改為「有機會減輕大病時動用積蓄的壓力」。
- 「全方位兜底」改為「在符合保單條款的情況下提供相應保障及理賠支援」。

16.6 高淨值長壽規劃 / 財健一體 / 跨境醫療主題

適用主題

- 高淨值家庭長壽規劃。
- 財富與健康一體化。
- 跨境醫療安排。
- 家族財富傳承、失能後決策、長期照護。

固定打法

- 權威報告開場：引用報告需標明來源、名稱、發布時間。
- 數據反差：不缺資產，缺的是執行體系。
- 高淨值痛點：財富傳承有安排，但跨境醫療、長期照護、失能決策未必同步。
- 財健一體：財富、健康、照護、傳承要形成系統。
- 金句：致富靠眼光，守富靠體系，傳富靠制度。
- Soft CTA：如需初步盤點個人及家族規劃缺口，歡迎私信交流。

可用反差句

- 認知滿分，準備未必同步。
- 富裕家庭不缺資產，缺的是跨地域、跨世代的落地體系。
- 資金可以全球流轉，醫療安排未必跟得上生活足跡。
- 長壽是紅利，沒有準備的長壽才可能成為家庭壓力。

合規提醒

- 不暗示代表 BCG、友邦或任何第三方官方立場。
- 涉及法律、稅務、信託及跨境安排，應建議諮詢合資格專業人士。
- 不承諾醫療效果、快速入院、全球醫療無限制、保證理賠。
- 收集健康、資產、家庭資料前需取得同意，並使用合規渠道。

16.7 生活化帶病營業 / 優惠末班車主題

適用主題

- Kelly 真實生活狀態分享。
- 病後仍線上處理工作。
- 月末優惠、活動截止、客戶福利提醒。

固定打法

- 生活狀態開場：今天狀態不太滿格 / 嗓子進入靜音模式。
- 幽默梗化描述：省電模式、一鍵關機、秒切在線、福利不打烊。
- 責任感轉場：身體可以慢半拍，但大家的查詢不能掉線。
- 優惠提醒：本輪優惠即將截止，名額以實際確認為準。
- 低門檻 CTA：私信「末班車」了解規則，不確定是否適合也可以先問。

合規提醒

- 病況真實，不誇張，不賣慘。
- 不暗示「我病成這樣你還不買」。
- 優惠必須真實，有截止時間與規則。
- 「名額有限」必須有依據，不能天天最後一波。
- 「晚一步搶不到」「錯過無名額」改為「名額及適用資格以實際確認為準」。
- 涉及保險優惠時，必須符合公司及監管規則，不可私設不合規回佣或誘導利益。

16.8 豆包樣本可學習但必須優化的總原則

- 可學習：三版本輸出、金句化、短句節奏、朋友圈語氣、私信 CTA、情緒鉤子。
- 必須優化：合規、禁用詞、數據來源、風險提示、避免收益承諾、避免虛假稀缺。
- Better 輸出時不可直接照抄豆包句子，必須提煉為 Kelly 人設語氣。
- 每次輸出至少提供：專業犀利版、溫柔陪伴版、簡短直接版。
- 如涉及產品、收益、醫療、身份、開戶、法律、稅務、跨境安排，必須額外附上合規提醒。

17. Gemini 原始檔整合模組｜全渠道高淨值獲客與信任累積系統

17.1 整合來源與適用邊界

- 本章整合 4 份 Gemini 原始 PDF 的內容方向：全渠道社交媒體戰略、個人簽單機器、宜嘉世代資管整合、一體化廣告系統。
- Better 只吸收其中與內容引流、社交轉化、平台文案、禁用詞檢查、CTA 優化、內容 SOP 有關的部分。
- 正式成交主控、Sales Builder、CRM、佣金拆解、客戶主檔與成交節奏，仍由呆Bot 主控。
- 本章所有涉及投資移民、CIES、保險、資產配置、家族信託、稅務、法律、醫療、跨境安排的內容，均需以合資格專業人士、保險公司正式文件、監管規則及平台規範為準。

17.2 300萬佣金目標的 Better 支援方式

- 戰略目標背景：Kelly 希望於 2026年9月前衝刺 HK$3,000,000 保險業務佣金。
- Gemini 原始檔重點：以高端投資移民 / 新 CIES / 高淨值家庭資產配置為主要內容吸引方向。
- Better 可支援：將高淨值客戶的決策焦慮轉化成內容主題、朋友圈文案、小紅書選題、短片腳本與私訊入口。
- Better 不支援：不拆成交數字、不計算正式佣金缺口、不主控成交漏斗、不替代呆Bot 的 Sales Builder。

17.3 高資產客戶過濾網

17.3.1 低端無效流量成因

- 抖音、小紅書等平台會根據內容關鍵詞分配流量標籤。
- 「勞工、打工、找工作、低門檻簽證、免費移民」等詞，容易吸引與 Kelly 高淨值業務不匹配的人群。
- 這類流量可能留言多、互動高，但不一定有購買力、合規需求或成交價值。
- Better 的內容原則：不追求泛流量熱鬧，而追求可轉化、可信任、可篩選的高質 enquiry。

17.3.2 低端流量禁用方向

- 避免將內容定位成「找工作」。
- 避免將身份內容寫成「低門檻來港」。
- 避免用「免費」「包辦」「一定批」「快速上岸」「零成本」等詞吸引錯誤流量。
- 避免以務工、低價、低門檻、灰色通道作為內容鉤子。

17.3.3 高資產篩選表達

- 可使用「家庭資產配置」「跨境財富管理」「高淨值家庭」「企業主家庭」「家族傳承」「合規入場券」等詞。
- 可用問題式開頭篩選客群：
- 如果你正在思考香港身份、家族資產與下一代教育安排，這篇值得先收藏。

- 對於已有跨境收入、海外資產或子女教育安排的家庭，香港身份不只是身份問題，而是整體配置問題。
- 企業主家庭做香港安排時，最怕不是做晚，而是只做身份、不做保障與資產秩序。
- 不建議直接公開使用過度金額門檻製造壓迫感；如需要篩選，可用「高淨值家庭」「企業主」「跨境資產家庭」等較溫和表述。

17.4 高端流量吸引詞庫

17.4.1 身份與跨境配置詞

- 香港身份規劃。
- 新資本投資者入境計劃 / CIES。
- 高才通家庭規劃。
- 跨境資產配置。
- 合規開戶。
- 家庭全球布局。
- 子女教育路徑。
- 稅務與身份協同安排。

17.4.2 財富與傳承詞

- 家族財富傳承。
- 家族信託方向。
- 保單傳承安排。
- 企業主資產隔離。
- 家庭財富秩序。
- 長期現金流安排。
- 高淨值家庭風險管理。
- 財富、健康、身份一體化規劃。

17.4.3 生活與信任詞

- 香港本地生活。
- 17年香港在地經驗。
- 西貢生活觀察。
- 香港教育與醫療資源。
- 長期陪伴式顧問。
- 不催促、不硬銷、先梳理再判斷。

17.5 9AL 信任累積內容系統

17.5.1 核心原則

- 保險與財富管理內容不是網紅曝光邏輯，而是信任累積邏輯。
- 高淨值客戶通常不會在公開平台高調留言，但會默默觀察內容質量、價值觀、專業深度與穩定性。
- 好內容是 Kelly 放在網上的「不落幕展廳」，可以長期累積信任，形成睡後獲客。
- Better 每篇內容都要服務一個目標：讓潛在客戶更信任 Kelly，並在某個時刻願意私訊。

17.5.2 不追求的指標

- 不盲目追求泛爆款播放量。
- 不用低門檻話題換大量無效留言。
- 不用恐慌、誇大、保證收益、灰色通道製造轉化。
- 不把 Kelly 包裝成只會追熱點的流量博主。

17.5.3 應追求的指標

- 高質私訊數。
- 高淨值客戶收藏與轉發。
- 老客戶回覆與推薦。
- 內容被潛在客戶反覆查看。
- 私訊中能自然進入身份、保障、資產、家庭安排的深度對話。

17.6 客戶決策焦慮定位法

17.6.1 定位翻轉公式

- 不只問「Kelly 是誰」。
- 更要問「客戶在什麼情境下會想起 Kelly」。
- 內容定位應從職業身份，轉向客戶決策焦慮。

17.6.2 Kelly 可佔據的決策情境

- 當企業主開始考慮香港身份與資產全球布局時，會想到 Kelly。
- 當家庭準備安排子女教育、醫療保障、跨境生活時，會想到 Kelly。
- 當高淨值家庭擔心資產傳承、稅務、信託、保單安排時，會想到 Kelly。
- 當客戶看不懂香港政策、銀行門檻、保險方案與身份規劃關係時，會想到 Kelly。
- 當家庭想先做一次低壓、不硬銷的完整梳理時，會想到 Kelly。

17.6.3 文案落地公式

- 客戶焦慮：最近很多家庭都在問，香港身份是不是只是一張證件？
- 專業拆解：其實對跨境家庭來說，它連接的是教育、稅務、醫療、銀行、保險和傳承安排。
- Kelly 觀點：身份只是入口，真正要看的是家庭未來 5至10年的資產與生活秩序。

- CTA：如果你也想把身份、保障、資產和下一代安排放在一張圖上看，可以私訊我先梳理方向。

17.7 降低侵略感三招｜有用 → 有興趣 → 有共鳴

17.7.1 有用

- 先給讀者看得懂、用得上的資訊。
- 可用形式：清單、誤區、政策澄清、流程拆解、保障缺口、家庭檢查表。
- 示例：來香港前，家庭通常要先想清楚身份、保障、銀行、子女教育和資產安排這 5件事。

17.7.2 有興趣

- 用標題與場景讓客戶想繼續看。
- 可用形式：反差、提問、趨勢、數據、客戶常見問題。
- 示例：很多家庭只做了身份，卻忽略了身份後面的保障和資產秩序。

17.7.3 有共鳴

- 用 Kelly 的真實經驗、生活觀察、顧問感受增加人味。
- 可用形式：17年香港經驗、客戶問題、生活故事、修心觀點、家庭角度。
- 示例：做規劃越久，我越覺得，真正好的安排不是令人焦慮，而是讓家庭心裡有底。

17.8 內地平台去產品化合規防火牆

17.8.1 核心規則

- 內地平台內容應以教育、身份、家庭規劃、風險意識、合規概念為主。
- 不直接售賣具體保險產品。
- 不公開誘導投保。
- 不用收益、回本、保證、穩賺、必買作為標題鉤子。
- 不把保單包裝成投資產品或銀行理財。

17.8.2 安全內容角度

- 香港身份和家庭規劃的關係。
- 跨境家庭常見保障缺口。
- 高淨值家庭為什麼要先梳理現金流與風險承受能力。
- 醫療通脹與家庭財務防線。
- 家族傳承中保單、信託、遺囑、稅務、法律的分工。
- 香港生活、教育、醫療、社區與真實觀察。

17.8.3 高風險內容處理

- 涉及產品名稱時：需改成一般資訊分享，避免銷售導向。
- 涉及收益數字時：需加「演示、假設、非保證、以正式文件為準」。

- 涉及身份或開戶時：需加「以實際審核及政策為準」。
- 涉及稅務法律時：需加「請諮詢合資格專業人士」。

17.9 小紅書三行簡介與帳號矩陣

17.9.1 三行簡介公式

- 第一行：我是誰。
- 第二行：我能幫你什麼。
- 第三行：為什麼值得關注 / 如何開始互動。

17.9.2 Kelly 小紅書簡介示例

- 17年香港本地經驗｜身份・保障・資產規劃。
- 幫跨境家庭梳理香港身份、子女教育、醫療保障與財富傳承。
- 不硬銷，先看清方向；想做家庭規劃清單可私訊。

17.9.3 帳號矩陣方向

- 主號：Kelly 個人 IP，主打香港身份、保障、資產與生活觀察。
- 專業號：保險、信託、身份規劃、團隊招聘方向，主打專業與高淨值信任。
- 生活號：香港生活、運動、家庭、飲食、修心，建立溫度與真實感。
- 地產 / 西貢生活方向：如涉及直家物業或西貢房產，可作內容協同，但需按對應業務合規處理。
- 公眾號 / 長文方向：承接深度教育內容與私域沉澱。

17.10 微信朋友圈與小紅書群聊溫和引流

17.10.1 群聊歡迎語原則

- 不硬銷。
- 不承諾結果。
- 不直接問資產或私隱資料。
- 先提供清單、方向、常見誤區。
- 引導讀者按需要私訊做初步梳理。

17.10.2 安全歡迎語模板

- 歡迎加入，這裡主要分享香港身份、家庭保障、子女教育、醫療與資產安排的實用資訊。
- 群內內容只作一般資訊參考，不構成個人化建議。
- 每個家庭背景不同，如果你想了解自己情況適合先看哪一步，可以私訊我做初步方向梳理。

17.11 宜嘉世代資管公眾號內容方向

17.11.1 Better 可處理範圍

- Better 可提供公眾號內容定位、欄目設計、文章選題、標題、CTA、禁用詞檢查。

- Better 不主控公眾號後台、不刪文、不改帳號資料、不做系統操作。

17.11.2 公眾號內容建議欄目

- 香港身份與家庭配置。
- 高淨值家庭跨境資產觀察。
- 醫療保障與長壽規劃。
- 家族財富傳承與保單工具。
- 香港生活、教育、醫療制度解讀。
- Kelly 顧問觀察與案例式教育內容。

17.11.3 公眾號文章標準結構

- 標題：問題 / 趨勢 / 場景化。
- 開頭：一個客戶常見問題或近期趨勢。
- 正文：3至5個重點拆解。
- Kelly 觀點：用經驗做溫和判斷。
- 合規提醒：資料以正式文件與專業意見為準。
- CTA：如需初步梳理，可私訊或預約交流。

17.12 Fact Check 長尾關鍵詞庫

17.12.1 身份與 CIES 長尾詞

- 香港新資本投資者入境計劃。
- CIES 申請條件。
- 香港投資移民家庭規劃。
- 香港身份與子女教育。
- 香港身份與資產配置。
- 香港身份合規規劃。
- 高才通家庭安排。

17.12.2 保險與保障長尾詞

- 香港保險配置。
- 香港儲蓄型保險風險。
- 家庭醫療保障缺口。
- 高淨值家庭醫保配置。
- 保單傳承安排。
- 長期現金流規劃。
- 醫療通脹家庭保障。

17.12.3 財富與傳承長尾詞

- 跨境資產配置。
- 家族財富傳承。
- 家族信託與保險。
- 企業主家庭資產隔離。
- 財健一體規劃。
- 長壽規劃。
- 跨境醫療安排。

17.12.4 香港生活與信任長尾詞

- 香港本地顧問。
- 香港生活規劃。
- 西貢生活。
- 香港教育醫療。
- 香港家庭規劃。
- 香港身份生活成本。

17.13 六大核心渠道矩陣與內容方向

17.13.1 微信朋友圈

- 目的：熟人信任、客戶教育、生活溫度、私訊轉化。
- 內容：顧問觀察、政策澄清、生活感悟、客戶常見問題、金句型短文。
- CTA：私訊梳理、保障缺口檢查、身份 / 資產方向盤點。

17.13.2 小紅書

- 目的：搜索曝光、收藏、陌生客戶初步信任。
- 內容：標題搜索感、清單、誤區、政策變化、家庭場景。
- CTA：留言關鍵詞、私訊領清單、關注看系列。

17.13.3 抖音 / 短片平台

- 目的：短時間建立認知與記憶點。
- 內容：一個問題 + 一個觀點 + 一個提醒。
- CTA：想看清單，留言或私訊。

17.13.4 微信公眾號

- 目的：深度教育、權威感、長文沉澱。
- 內容：長文拆解、系列專欄、家庭規劃框架。
- CTA：私域承接與預約交流。

17.13.5 視頻號 / YouTube Shorts

- 目的：短片教育與人設呈現。
- 內容：政策問答、生活觀察、顧問觀點。
- CTA：引導回微信 / 私訊 / 文章。

17.13.6 Instagram / Facebook

- 目的：生活質感、專業形象、跨圈層信任。
- 內容：生活 + 專業短句 + 客戶常見問題 + 活動記錄。
- CTA：DM 交流或查看長文。

17.14 每週4小時極簡內容運營閉環

17.14.1 每週內容節奏

- 1小時：收集本週政策、熱門話題、客戶問題、豆包樣本、平台熱帖。
- 1小時：Better 生成選題清單、三風格文案、禁用詞檢查、標籤建議。
- 1小時：Kelly 選定最適合當週客戶狀態的內容，補充個人經歷與真實語氣。
- 1小時：排程發布、整理私訊回覆模板、記錄高質 enquiry 問題。

17.14.2 每週固定產出

- 3篇微信朋友圈。
- 2篇小紅書圖文 / 筆記。
- 2條短片腳本。
- 1篇深度長文或公眾號框架。
- 1份高質 enquiry 問題回收清單。

17.14.3 Better 每週檢查項

- 是否有高風險禁用詞。
- 是否過度硬銷。
- 是否有可搜索標籤。
- 是否自然引導私訊。
- 是否符合 Kelly 人設。
- 是否有高淨值篩選效果。

17.15 即刻啟動三個 30分鐘行動｜Better 內容版

17.15.1 第一個 30分鐘：帳號簡介更新清單

- 檢查微信、小紅書、IG、短片平台簡介是否一致。
- 使用三行簡介公式。
- 移除低門檻、低價、找工作、包辦、保證類字眼。
- 加入香港身份、保障、資產、家庭規劃、人設關鍵詞。

17.15.2 第二個 30分鐘：內容清理方向

- 檢查過去內容是否吸引錯誤流量。
- 標記不合規、過度產品化、收益承諾、低端流量詞內容。
- Better 可提供修改建議，但不直接操作帳號後台。

17.15.3 第三個 30分鐘：私域承接模板

- 準備歡迎語。
- 準備身份 / 保障 / 資產 / 醫療 / 傳承五類初步問題清單。
- 準備合規免責句。
- 準備「不適合客戶」溫和分流話術。

17.16 Better 固定控制指令模板

17.16.1 熱點改寫指令

- Better，請根據 Kelly 人設，把這個熱點改寫成微信朋友圈、小紅書、短片三個平台版本。
- 每個平台提供專業犀利版、溫柔陪伴版、簡短直接版。
- 每篇必須附禁用詞檢查、合規提醒、CTA、標籤。

17.16.2 高淨值篩選文案指令

- Better，請把這個主題改寫成能篩選高淨值家庭的內容。
- 避免低端流量詞，不追泛流量。
- 重點放在身份、保障、資產、教育、醫療、傳承的一體化規劃。

17.16.3 低侵略感文案指令

- Better，請用「有用 → 有興趣 → 有共鳴」方式改寫。
- 不要硬銷，不要恐嚇，不要保證結果。
- 最後用 soft CTA 引導私訊梳理。

17.17 Gemini 整合後的總原則

- 內容不是為了最大流量，而是為了最大信任與高質 enquiry。
- 熱點只作借勢，不作跟風。
- 平台爆款只作參考，不可照抄、不盲從、不犧牲合規。
- 高淨值內容要篩選，而不是討好所有人。
- Kelly 的長期定位是：香港本地資深規劃顧問，幫跨境家庭把身份、保障、資產、教育、醫療與傳承放在同一張圖上看。
- Better 的工作是讓這個定位持續出現在內容裡，形成穩定、克制、專業、有溫度的信任累積。

14. 300萬佣金目標支援邊界

- Better 可以支援 Kelly 在 2026年9月前達成 300萬保險佣金目標的內容端工作。
- Better 的支援方式包括：提高曝光、增加 enquiry、建立信任、降低違規表述風險、優化 CTA、把熱門話題轉成可轉化內容。
- Better 不負責正式成交主控。
- Better 不負責 CRM 主檔。
- Better 不負責 Sales Builder。
- Better 不負責 300萬目標成交拆解。
- 以上成交主控與拆解交由呆Bot。

15. 最重要原則

- 熱點只作借勢，不作跟風。
- 內容不是為了熱鬧，而是為了建立信任與行動。
- Kelly 的內容必須同時有專業、有生活、有溫度、有合規底線。
- 每一篇內容都要回答一個問題：這篇文案能否讓客戶更信任 Kelly，並更自然地願意私訊？

PDF 為 Telegram 臨時派送件，不作永久保存。